

LABELLING KEMASAN SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN PEMASARAN AGROINDUSTRI EMPING JAGUNG DI DESA TIRTOMULYO, KRETEK, BANTUL

Farid Setyawan¹, Pinjung Nawang Sari²
Fakultas Pertanian Universitas Gadjah Mada

¹farid.setyawan@mail.ugm.ac.id

²pinjungns@ugm.ac.id

ABSTRAK

Desa Tirtomulyo merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Kretek, ujung selatan Kabupaten Bantul. Potensi pertanian di desa ini masih sangat luas dan potensi untuk menghasilkan produk unggulan pun masih sangat terbuka mengingat lahan produktif yang ada di desa ini cukup subur untuk ditanami tanaman pangan, salah satunya tanaman jagung. Jagung merupakan salah satu tanaman pangan yang banyak ditanam oleh para petani di desa ini. Selain dijual, hasilnya juga digunakan sebagai bahan baku dalam produk olahan jagung, seperti emping jagung. Industri emping jagung di desa ini berkembang dengan baik dan masih memproduksi hingga kini. Namun, belum adanya pengemasan dan *labelling* membuat industri ini sedikit terhambat dalam hal pemasaran. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode pendampingan dan pendidikan masyarakat mengenai strategi pemasaran, khususnya pengemasan dan *labelling*. Hasil akhir penelitian ini adalah *branding* pengemasan, *labelling* untuk produk olahan jagung, dan pendaftaran industri ke Dinas Kesehatan dan Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi, Kabupaten Bantul sebagai industri rumah tangga berbasis produk olahan hasil pertanian. *Labelling* produk dan terdaftarnya produk di dinas terkait diharapkan dapat memacu dan mengembangkan industri ini dalam skala yang lebih luas.

Kata kunci: pemasaran, emping jagung, pengemasan, dan *labelling*

ABSTRACT

Tirtomulyo Village is located in the sub-district of Kretek, at the southern tip of Bantul District. Agricultural potential in this village is still widely open including their processed products, considering the productive lands are suitable for any kind of crops, i.e. corn. Corn is one of the most planted crops in this village. For extra earning, corns are also used as raw materials in processed corn products, i.e. corn chips. Corn chips industry in this village is quite well developed but the lack of packaging and labelling make this agroindustry a little hampered in its marketing. The method used in this research is to mentoring and educating the community especially the agroindustry persons about the marketing strategy, particularly the packaging and labelling. Results from this service, the community succeed to make branding, labelling, and registration in the Department of Health and the Department of Industry, Trade and Cooperatives at Bantul District as a household industry based on processed agricultural products. By labelling the

products and has been registered at the relevant institutions, it is expected that the corn chips agroindustry is being stimulated and developed in a much broader scale.

Keywords: *marketing, cornchips, packaging, and labelling*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris yang memiliki luas lahan pertanian mencapai 107 juta hektar dari total luas daratan Indonesia yang mencapai 192 juta hektar. Dari luas lahan pertanian tersebut, luas lahan jagung mencapai sekitar 3,35 juta hektar pada 2004. Luas lahan tersebut mampu menghasilkan jagung sebanyak 11,22 juta ton (Hambali *et al. cit.* Rahman, 2015).

Jagung merupakan salah satu bahan makanan pokok yang memiliki kedudukan penting selain beras dan gandum. Jagung juga termasuk salah satu bahan makanan pokok yang memiliki kandungan gizi lebih tinggi dan lengkap daripada beras. Nilai gizi jagung yang terbesar adalah karbohidrat, lemak, dan protein. Jumlah kandungan protein dan lemak pada jagung sangat bervariasi dan tergantung pada umur dan varietasnya. Kandungan zat yang banyak terdapat pada jagung, seperti karbohidrat, serat, vitamin, kalium, asam *linoleat*, asam *folat*, *beta karoten*, mineral, dan protein membuat jagung dikenal sebagai bahan pangan yang cukup berkhasiat untuk mencegah beberapa penyakit. Menurut Efendi (2015), beberapa manfaat jagung bagi kesehatan berdasarkan kandungan nutrisinya adalah dapat melawan kanker, mencegah anemia, sebagai sistem imun, sumber asam *linoleat*, sumber kalium, sumber vitamin C, sumber asam *pentotenat* (vitamin B5), sumber asam *folat*, sumber *beta karoten*, sumber serat, sumber mineral, sumber protein, dan sumber pigmen *fenolik flavonoid*.

Menurut Jumadi (2008:73—74), jagung dapat diolah menjadi berbagai produk olahan. Salah satu hasil olahan jagung yang disukai banyak konsumen adalah emping jagung (Mangunwidjaja *cit.* Rahman, 2015). Proses pengolahan emping jagung cukup sederhana sehingga berpeluang untuk diadopsi oleh masyarakat pedesaan, terutama perempuan petani sebagai industri rumah tangga (*home industry*). Terkait dengan hal tersebut, agroindustri menjadi usaha yang cukup penting untuk dilakukan dalam rangka meningkatkan nilai tambah, terutama pada saat produksi melimpah dan harga produk rendah. Menurut Rahman (2015:108—111), kondisi tersebut merupakan saat yang tepat untuk mengolah jagung secara lebih lanjut agar menjadi produk yang lebih bernilai jual tinggi.

Desa Tirtomulyo yang terletak di sebelah selatan Kabupaten Bantul dan hampir berada di pesisir pantai memiliki kondisi tanah yang cukup subur. Lahan pertanian yang ada di daerah tersebut masih sangat luas dan sangat produktif untuk dimanfaatkan sebagai lahan budi daya tanaman pangan, termasuk jagung. Di sisi lain, tanaman jagung mudah tumbuh di tanah yang kondisinya kurang subur sehingga pengembangan budi daya tanaman tersebut tidak terlalu sulit.

Saat ini, industri rumah tangga yang memproduksi olahan jagung, khususnya emping jagung sedang berkembang di Desa Tirtomulyo. Emping jagung itu diolah dan diproduksi oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) yang ada di Dusun Genting, Tirtomulyo, Kretek, Bantul.

Namun, pengembangan usaha tersebut masih kurang, terutama dalam hal pemasaran. Belum adanya pengemasan dan *labelling* pada industri tersebut menyebabkan jumlah produksi tidak dapat dimaksimalkan. Tjiptono (1999:106) menyatakan bahwa pemberian kemasan pada produk memiliki beberapa tujuan, yaitu (a) pelindung isi (*protection*); (b) memberikan kemudahan dalam penggunaan (*operation*); (c) bermanfaat dalam pemakaian ulang (*reusable*); (d) memberi daya tarik (*promotion*) berupa aspek artistik, warna, bentuk, dan desain; (e) sebagai salah satu identitas produk (*image*); (f) memudahkan proses distribusi (*shipping*); dan (g) dapat memberikan informasi (*labelling*) yang menyangkut isi, pemakaian, kualitas, dan sebagai cermin dalam inovasi produk yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

Berbagai upaya pemasaran—promosi ke minimarket di sekitar lokasi produksi dan partisipasi aktif dalam kegiatan pameran potensi daerah—yang pernah dilakukan oleh pihak-pihak terkait tidak mampu mendorong peningkatan kapasitas produksi emping jagung tersebut. Hal itu semata-mata disebabkan belum adanya *brand* dan *labelling* sehingga produk belum mempunyai nilai jual yang menarik. Hingga kini, industri tersebut hanya bergerak di sekitar wilayah Desa Tirtomulyo dan ketika menerima order dari warga desa.

Berdasarkan uraian di atas tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pendampingan dan pendidikan kepada masyarakat mengenai strategi pemasaran, khususnya dalam hal pengemasan dan *labelling* produk. Dengan adanya pendampingan dan pendidikan tersebut diharapkan industri rumah tangga di Desa Tirtomulyo dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas.

2. MASALAH

Desa Tirtomulyo merupakan salah satu desa di Kecamatan Kretek, Bantul yang daerahnya tergolong lebih maju daripada desa-desa yang lain. Hal itu disebabkan di Desa Tirtomulyo terdapat beberapa industri rumah tangga yang mengolah berbagai produk mentah yang ada di sekitar rumah mereka menjadi produk olahan yang mempunyai nilai tambah. Salah satu industri rumah tangga yang masih berjalan hingga saat ini adalah industri emping jagung. Industri ini sudah berjalan sejak 2012 dan dikelola oleh masyarakat Dusun Genting, khususnya oleh Kelompok Wanita Tani (KWT). Namun, selama industri ini berjalan, kendala pemasaran masih menjadi penghambat keberlangsungan industri tersebut.

Belum adanya pengemasan dan *labelling* menyebabkan industri emping jagung tersebut kesulitan untuk mengembangkan usahanya dalam skala yang lebih luas. Hingga saat ini, produk berupa emping jagung masih dipasarkan di lingkungan sekitar Desa Tirtomulyo dan ketika menerima pesanan dari warga desa. Hal itu menyebabkan usaha tersebut hanya menjadi pekerjaan sampingan.

3. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendampingan dan pendidikan masyarakat. Metode pendampingan yang dilakukan berkaitan dengan tahap-tahap pemasaran,

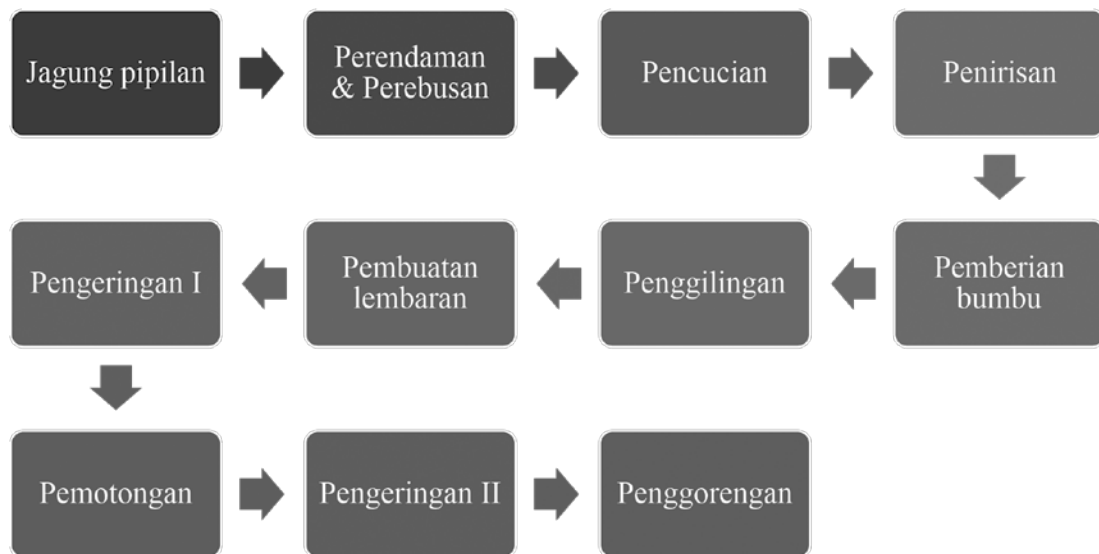
khususnya pemasaran produk emping jagung yang dihasilkan Kelompok Wanita Tani (KWT), seperti pendampingan dalam proses produksi emping jagung; pendampingan dalam proses pembuatan label; pendampingan dalam proses pengemasan serta *labelling*; pendampingan dalam proses promosi produk; dan pendampingan dalam hal strategi pemasaran agar produk yang dihasilkan tetap diminati oleh konsumen. Dengan metode pendampingan tersebut, masyarakat diharapkan tidak hanya mengerti tentang tahapan pemasaran hasil produk pertanian, tetapi dapat mempraktikkan secara langsung dalam tahapan pemasaran produk yang baik, khususnya dalam hal pengemasan dan *labelling*. Selanjutnya, metode pendidikan dilakukan dengan melibatkan masyarakat secara langsung dalam setiap proses atau tahapan pemasaran produk.

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan terjun langsung dalam proses produksi emping jagung. Survei juga dilakukan pada masyarakat sekitar dan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) selaku perintis berdirinya usaha produksi emping jagung. Kegiatan penelitian ini dilakukan selama 1 bulan, yaitu dari 25 Juli 2015 hingga 24 Agustus 2015 dan berlokasi di Dusun Genting, Desa Tirtomulyo, Kecamatan Kretek, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.

4. PEMBAHASAN

Industri emping jagung yang dirintis oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Dusun Genting, Tirtomulyo, Kretek, Bantul telah berjalan sejak 2012 dan hingga kini masih berproduksi. Meskipun demikian, industri tersebut masih terhambat oleh kegiatan pemasaran yang belum maksimal, yaitu belum adanya pengemasan dan *labelling* yang dipatenkan. Hal itu menyebabkan ekspansi usaha menjadi terhambat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan pendampingan sekaligus pemecahan masalah yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang belum maksimal. Hal ini sejalan dengan keluhan dari sebagian besar produsen yang mayoritas merupakan anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) tentang pengemasan dan *labelling* yang belum dipatenkan. Selain itu, belum adanya izin dan nomor register industri juga dianggap sebagai penghambat dalam pengembangan usaha ini.

Pendampingan pada industri emping jagung di Dusun Genting dilakukan dengan ikut terlibat langsung dalam proses pengolahan dan proses produksi. Dari hasil pendampingan diketahui bahwa teknologi yang digunakan dalam produksi emping jagung di Dusun Genting tergolong sederhana karena tidak melibatkan mekanisasi peralatan pada setiap proses produksi. Hal itu menyebabkan target produksi yang dicapai selama satu hari pun tidak menentu, yaitu tergantung pada ketersediaan bahan baku. Selain itu, jika melihat proses produksinya, cara pembuatan emping jagung tersebut relatif mudah dan tidak memerlukan keahlian khusus. Berikut ini merupakan tahapan proses pengolahan atau pembuatan emping jagung dalam satu kali proses produksi.



Gambar 1. *Flow Chart* Pengolahan Emping Jagung

Terkait dengan proses pengolahan jagung, Anonim (*cit.* Rahman, 2015) menjelaskan tiga belas tahapan proses pengolahan jagung pipilan menjadi emping jagung. Pertama, menimbang seluruh bahan baku dan bahan tambahan (penolong) yang akan digunakan. Kedua, membuat larutan kapur dengan mencampur 250 g kapur sirih ke dalam 25 liter air, bagian yang kasar di buang. Ketiga, larutan diaduk kemudian ditambah 250 g garam dan 3 sendok makan minyak goreng. Keempat, masukkan jagung ke dalam larutan tersebut dan rebus sampai mendidih. Meskipun telah mendidih, jagung tetap direbus selama dua jam kemudian diangkat dan ditiriskan.

Kelima, jagung direndam dalam air kapur selama 12 jam dan sering diaduk. Keenam, membuang air rendaman jagung kemudian mencucinya beberapa kali—minimal lima kali—sampai jagung bersih dari kapur lalu ditiriskan pada wadah yang telah disediakan. Ketujuh, menambahkan 150 g bawang putih dan 15 g merica halus pada jagung yang telah ditiriskan. Kedelapan, menggiling jagung dan bumbu sampai liat dan halus menggunakan alat penggiling daging. Kesembilan, membuat adonan menjadi lembaran tipis-tipis dengan ketebalan 1 mm dengan penggilas/penggiling bambu atau kayu kemudian dijemur sebentar sampai setengah kering agar merekat cukup kuat lalu potong dengan ukuran 2 x 2 cm atau setelah menjadi lembaran tipis langsung dipotong sesuai ukuran yang diinginkan.

Kesepuluh, menjemur lembaran tipis-tipis jagung hingga kadar air 8% atau sampai mudah dipatahkan. Kesebelas, menggoreng *chips* dengan minyak panas bersuhu 170°C selama 15 detik kemudian ditiriskan. Kedua belas, pada saat emping jagung masih hangat, taburkan bahan perasa dan ratakan. Ketiga belas, setelah dingin, emping jagung kemudian dikemas dengan kemasan plastik yang telah disiapkan.

Selain hal di atas, pendampingan juga dilakukan dengan mencari informasi sebanyak-banyaknya yang terkait dengan pemasaran produk emping jagung tersebut. Dari hasil

pendampingan diketahui bahwa bentuk promosi yang dilakukan masih sederhana, yaitu promosi dari mulut ke mulut. Hal itu menyulitkan produsen untuk mengembangkan usahanya secara langsung dan cepat.

Pendampingan juga dilakukan dengan membuat *design labelling* yang sesuai dengan keinginan produsen. Hal itu dilakukan karena *labelling* dan pengemasan sangat memengaruhi daya beli konsumen terhadap suatu produk. Setelah dimusyawarahkan dengan para produsen dan melalui perbaikan-perbaikan yang cukup mendasar, pada akhirnya, *design labelling* berikut ini (gambar 2 dan 3) disepakati akan digunakan sebagai *branding* produk emping jagung dan kemasan yang lebih menarik. Meskipun tampak sederhana, *labelling* tersebut diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen. Selain itu, daya beli konsumen diharapkan akan lebih baik lagi dengan adanya pengemasan produk yang lebih menarik.



Gambar 2. Label Produk Olahan Emping Jagung



Gambar 3. Label Produk Olahan Emping Jagung

Pendampingan selanjutnya dilakukan dengan mendaftarkan industri emping jagung tersebut ke Dinas Kesehatan dan Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi. Pendaftaran industri ini dilakukan untuk memudahkan ekspansi usaha yang lebih luas. Adanya label dan nomor register usaha diharapkan akan dapat mempermudah pengembangan industri emping jagung tersebut. Selain itu, industri ini akan dapat memproduksi dalam jumlah yang lebih besar. Perkembangan industri emping jagung di Dusun Genting diharapkan akan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi warga dan menyerap tenaga kerja lebih banyak sehingga tingkat pengangguran di wilayah sekitar industri tersebut dapat berkurang.

Selanjutnya, pengemasan produk emping jagung akan meningkatkan daya tahan produk tersebut. Terkait hal itu, penelitian Maulidah dan Tua (2010:52—64) menunjukkan bahwa daya tahan produk emping jagung siap konsumsi mencapai umur empat bulan. Hal tersebut menguntungkan karena produk tidak cepat rusak apabila didistribusikan ke luar kota. Selain itu, dengan daya tahan produk yang lama, penyimpanan di gudang dengan jangka waktu empat bulan—apabila terdapat permintaan yang rendah dari konsumen—dapat dilakukan.

Ke depannya, usaha emping jagung yang sudah mempunyai label dan nomor register industri rumah tangga akan lebih berkembang di pasaran. Hal itu mengingat peluang pasar yang permintaannya tergolong cukup tinggi. Meskipun usaha yang dijalankan masih berskala rumah tangga, harapan agar usaha ini mampu berjalan dan berkembang lebih jauh dengan melakukan perluasan pasar industri tetap ada. Di sisi lain, kemudahan memperoleh bahan baku turut mendukung bertahannya usaha ini mengingat masih banyaknya lahan-lahan produktif dan tanaman jagung yang dapat tumbuh dengan baik di sekitar lokasi industri tersebut.

Dalam hal produksi—mulai dari tahapan ketersediaan bahan baku, pengolahan, hingga ke tahap pemasaran produk, termasuk *labelling*—tidak ada kesulitan yang berarti. Semua proses produksi tersebut dikelola oleh masyarakat, khususnya Kelompok Wanita Tani (KWT) di Dusun Genting, Tirtomulyo, Kretek, Bantul. Harapan besar kemudian muncul agar agroindustri ini dapat lebih berkembang menjadi industri besar yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memacu pertumbuhan ekonomi di wilayah tersebut.

Selain itu, peluang untuk mengolah produk jagung menjadi produk olahan yang bernilai jual tinggi juga masih besar di pasaran, mengingat produk-produk olahan jagung yang kini beredar di pasaran masih sedikit. Menurut Rukmana (1997:89—95), jagung dapat diolah menjadi berbagai jenis pangan atau makanan, diantaranya lontong jagung, perkedel jagung, “wingko jagung”, “jagung berlian”, “semarak jagung”, *pancake* jagung, dan kue basah (*cake*) jagung. Oleh karena itu, apabila industri rumah tangga ini dapat mengembangkan kapasitas produksinya, industri ini akan dapat mengolah produk jagung menjadi produk olahan lainnya dan mendukung terwujudnya program diversifikasi pangan yang dicanangkan oleh pemerintah saat ini.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pendampingan dan pendidikan masyarakat yang telah direncanakan sebelumnya dapat berjalan dengan baik. Hal itu terbukti dengan

tercapainya tujuan penelitian, yaitu melakukan pendampingan dalam pembuatan label dan pengemasan produk emping jagung. Ke depannya, adanya label dan pengemasan produk emping jagung diharapkan dapat lebih mempermudah pemasaran produk dan perluasan pasar industri pada sektor olahan hasil tanaman pangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Maulidah, Silvana dan J. M. Tua. 2010. "Strategi Pengembangan Agroindustri Emping Jagung" dalam *Jurnal AGRISE*. Vol. X.
- Rahman, Syamsul. 2015. "Analisis Nilai Tambah Agroindustri Chips Jagung" dalam *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan* 4.
- Rukmana, R. 1997. *Seri Budidaya Usaha Tani Jagung*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tjiptono, F. 1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

DAFTAR LAMAN

- Efendi, E. 2015. "12 Manfaat Jagung". Diakses pada 22 Desember 2015 melalui <http://manfaat.co/manfaat-jagung.html>.